

WSPIERANIE DZIAŁAŃ LOGISTYKI MIASTA POPRAZ KREOWANIE I WZMACNIANIE MITÓW MIEJSKICH

Wdrażanie projektów logistyki miasta jest przedsięwzięciem niezwykle trudnym, nie tylko z punktu widzenia organizacyjnego czy finansowego, lecz również w perspektywie społecznej akceptacji. Projekty te mają taką właściwość, że zazwyczaj naruszają interesy konkretnej grupy użytkowników miast, odbierając jej dotychczasowe prawa (np. bezpłatnego dostępu do jakiejś części infrastruktury miasta lub zmuszając do zmiany nawykowych zachowań. W takiej sytuacji korzystnie ukształtowany mit pozwala na łatwiejsze uzyskanie aprobaty zagrożonej grupy (łatwiej poświęcić jakieś dobro własne w celu realizacji innego dobra), bądź wzmacnia szeregi tych użytkowników miasta, którzy w mniemaniu „poszkodowanych” zyskują na projekcie. W artykule prowadzona jest dyskusja tych kategorii z odwołaniami do zarządzania Krakowem.

Wprowadzenie: człowiek – przestrzeń – miasto

Miasto to przestrzeń zamieszkiwana przez społeczność i wspólnie przez nią zarządzana w jej interesie. Ludzie mieszkający w mieście mają prawo wymagać zagwarantowania im warunków ich spełnienia politycznego, społecznego i ekologicznego, jednocześnie przyjmując na siebie obowiązek wzajemnej solidarności. Miasto jest zatem *dobrowolną formą współistnienia oraz współdzielenia przestrzeni*. Mówiąc o przestrzeni mamy przed oczami zazwyczaj przestrzeń fizyczną, której pokonywaniu poświęcamy znaczną część naszego życia, w tym również zawodowego, polegającego m.in. na poszukiwaniu dróg zaspokojenia błyskawicznie rosnących ludzkich potrzeb w zakresie mobilności. Tę przestrzeń w mieście organizujemy w specyficzny sposób, by dostarczając satysfakcji jej użytkownikom, zapewnić miastu rozwój.² Postrzeganie przestrzeni obejmuje rzeczywistość obiektywną,

poddającą się pomiarowi i powtarzalnym obserwacjom oraz uwzględnia geometryczne i logiczne relacje, jakie zachodzą pomiędzy wyróżnionymi obiektami.³

Miasto to jednak nie jeden typ przestrzenny. Yi-Fu Tuan wymienia trzy zasadnicze i nakładające się na siebie typy przestrzeni: mityczną, pragmatyczną i abstrakcyjną. Przestrzeń mityczną rozumie jako schemat konceptualny, w którym mieści się również wiele działań praktycznych, przestrzeń pragmatyczną ogranicza zespołem działań ekonomicznych, zaś przestrzeń abstrakcyjną wyróżnia jako twór pierwotnych doświadczeń, wynikających z percepcji zmysłowej człowieka⁴. Przestrzeń stanowi więc naturalne środowisko życia, obserwowane, oceniane i kreowane przez społeczność, organizującą obszar życia, utrwalającą symbolikę i znaczenia wydarzeń historycznych, umacniającą sfery władzy i przywileje grupowe. Percepcja środowiska dotyczy otoczenia, w którym żyje człowiek jako jednostka pozostająca w bezpośrednich relacjach o charakterze społecznym, ekonomicznym czy terytorialnym. Środowisko zawsze należy do kogoś, a zarazem nie jest obiektem w sensie fizycznym. Wymienione elementy i ich współzależności decydują o odmiennościach miast oraz o stereotypach, jakimi współczesne miasta są obdarzone. Wystarczy zapytać „statystycznego Polaka” o opinię na temat mieszkańców Poznania, Krakowa, Warszawy czy Kielc, czy też na temat ich miast, by usłyszeć zazwyczaj uszczypliwe opinie o nadmiernej oszczędności jednych, zadziorności czy wielkopańskości innych lub zarozumiałości, czy też przyjazności, czystości, wielkości ich miejsc zamieszkania. Percepcja jest postrzeganiem przedmiotu oraz konstruowaniem obrazu w umyśle aktywnego obserwatora. Odzwierciedlenie rzeczywistości powstaje w efekcie pracy intelektu, któremu podstawowych danych spostrzeżeniowych dostarczają zmysły. Ostateczny rezultat aktu percepcji ma charakter wielobódcowy, ponieważ

¹ Prof. nadzw. dr hab. inż., Katedra Logistyki, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, szoltysek@ae.katowice.pl

² Mam tu na myśli wpływanie na poczucie jakości życia w mieście, co wielu badaczy wiąże w bezpośredni sposób z rozwojem miast, który – swoją drogą – związany jest głównie z rozwojem struktur przestrzennych współczesnych miast.

³ Stąd w naturalny sposób mówimy o odległościach w mieście w sposób opisowy – „daleko, niedaleko, 5 minut piechotą, za rogiem, dwie przecznice dalej w prawo” itp. Miasta, których przestrzeń jest trudna do oswojenia, uporządkowania w umyśle, budzą w nas niepokój.

⁴ Tuan Y.F., *Przestrzeń i miejsce*, Warszawa 1987, s.29.

postrzeganie przestrzeni zależy także od funkcjonowania receptorów słuchu, smaku, powonienia, dotyku. Można więc zadać sobie pytanie, czy powstające w umyśle obserwatora wyobrażenia są zgodne z rzeczywistością, czyli – czy są prawdziwe⁵. Dlaczego mówimy tyle o przestrzeni i jej postrzeganiu? Przestrzeń jako środowisko współtworzące miasto poprzez akt percepcji mieszkańca, współprzyczynia się do kreowania oceniającego wyobrażenia o mieście, a my – mający wpływ na kształtowanie relacji przestrzennych – postaramy się tenże akt percepcji kształtować z korzyścią dla podejmowanych przez nas działań.

Miasto – mit miejski – decyzja mieszkańca

Wyobrażenia o zamieszkwanym miejscu, odnoszone do różnego rodzaju potrzeb człowieka, kształtują ocenę tego miejsca pod kątem ich zaspokojenia, przez co zostaje przypisana mu, w sposób bardziej lub mniej świadomy, wartość. Wartość miejsca stanowi podstawę kształtowania się postawy względem środowiska, w następnej kolejności zachowań, w tym również zachowań przestrzennych.⁶ Wyobrażenia o zamieszkwanym miejscu często są kształtowane przez funkcjonujące w potocznym obiegu mity⁷ miejskie. *Mity miejskie to rodzaj informacji – opowieści rozpowszechnianych drogą ustną wśród mieszkańców danego miasta bądź dzielnicy. Mogą one powstawać na bazie prawdziwej historii lecz w trakcie ich życia zazwyczaj są ubarwione przez kolejne osoby, które przekazują daną historię.* Zatem mit miejski (*urban legend*) to z pozoru prawdziwa informacja rozpowszechniana w mediach, Internecie bądź w kręgach towarzyskich, która budzi wielkie emocje u odbiorców. Mity miejskie często próbują wyjaśniać zjawiska wywołujące strach, oswajać procesy niezrozumiałe i tajemnicze dla szarych zjadaczy chleba. Poza takimi opowiadaniem o charakterze sensacji i posmaku tajemniczości, część mitów dotyczy obiegowych opinii dotyczących miast, dzielnic, ludności je zamieszkującej.

Utrwalane w świadomości ludzi mity przekształcają się w stereotypy.⁸ Wiesław Baryła, psycholog społeczny z Uniwer-

sytetu Gdańskiego odpowiadając na pytanie, co czyni miasto miejscem odpowiednim dla życia twierdzi: „Nieskończenie wiele kwestii. Dużych i drobiazgow. Moim zdaniem najważniejsza jest *zgodność przeszłości, teraźniejszości i przyszłości* (podkreślenie autora). Na początek miasto powinno mieć znaczącą historię”⁹. Jego zdaniem, aby miasto miało magię, musi mieć mit. A tylko elity potrafią stworzyć mit. *Pozytywne mity i lokalne elity są ważniejsze dla rozwoju miast niż pieniądze.* Zatem jeśli jest możliwe kreowanie mitów to – moim zdaniem – możliwe jest zarządzanie nimi.

Zarządzanie mitami to aktywne oddziaływanie na ich kształtowanie się w czasie, z wykorzystaniem dostępnego nam współcześnie instrumentarium. Niekorzystne mity można neutralizować poprzez tworzenie „antymitów” bądź poprzez dostarczanie dowodów (lub tylko sugestii) na nieprawdziwość tych pierwszych. Jeżeli mit dotyczy nieudolności czy braku zorganizowania władz czy jakiejś grupy osób, a wpływ tego mitu jest znaczący na percepcję miasta, wówczas władze powinny podjąć działania ograniczające negatywne oddziaływanie danego mitu poprzez intensyfikację działań, zmieniających stan faktyczny leżącego u podstaw mitu zjawiska. Mity mogą – i zapewne są – jednym z elementów *kształtujących percepcję jakości życia*. Środowisko dostarcza człowiekowi elementów kształtujących odpowiednią jakość życia.¹⁰ Brak jest jednej ogólnie akceptowanej definicji jakości życia. Część badaczy sprowadza ją do dobrobytu osobistego i satysfakcji bądź szczęścia, inni zaś do warunków życia w konkretnym miejscu. Chociaż każda osoba ma własny pogląd, istnieją pewne wspólne elementy dla wszystkich ludzi: swobodne poruszanie się, relacje społeczne, swoboda finansowa w zaspokojeniu podstawowych potrzeb, samodzielne życie, zrozumienie otaczającego świata, znalezienie satysfakcjonującego zajęcia. W mojej opinii miasto, by było atrakcyjnym miejscem zamieszkania, realizowania własnych pasji oraz celów życiowych, potrzebuje pozytywnych, wzmacniających je mitów. Pozytywnie oddziaływające mity mogą wpływać tonizując te przeszkody rozwojowe, których pokonanie wymaga znacznych poświęceń – zarówno mieszkańców (np. niewygody, samoograniczenia, indywidualne nakłady finansowe), jak i władz (tu w szczególności, gdy zapada decyzja o finansowaniu z zazwyczaj szczupłego budżetu miasta). Mit miejski może więc być uznany za narzędzie kształtujące opinię i ułatwiające aprobowanie przez mieszkańców niekiedy niepopularnych decyzji władz miasta.

⁵ Klasyczna definicja prawdy brzmi, że prawda to zgodność myśli z rzeczywistością. Zgodność nie polega jednak na tym, że ta myśl jest identyczna z rzeczywistością. Myśl ma inną jakość, może być interpretowana jako podobizna, rodzaj obrazu rzeczywistości. Powstaje więc problem: *jak myśl, która nie jest przestrzenna może być obrazem czegoś, co ma wymiar bryły*. Dlatego wielu filozofów odrzuciło klasyczną definicję zastępując ją nową: *twierdzenie prawdziwe to takie, które czyni zadość kryteriom ostatecznym i nieodwołalnym*. A zatem prawda polega na zgodności myśli z owymi nieodwołalnymi kryteriami, dla których krytyczny umysł nie znajduje sposobów obalenia.

⁶ E. Szkarłat, *Psychologiczne i kulturowe uwarunkowania percepcji środowiska*, w: *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*, red. M. Madurowicz, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2007, s. 63.

⁷ Współcześnie różne zbiorowości ludzkie oraz poszczególne jednostki tworzą rozmaite opowieści mające na celu stworzenie i podtrzymanie fałszywego mniemania o grupie lub jednostce. Przykładem tego typu współczesnych mitów są mity narodowe. Terminem mit określa się również formę literacką opowieści przekazującej wyobrażenia danej zbiorowości o świecie i ludziach. Mity komplikują się proporcjonalnie do wzrostu złożoności struktur społecznych, stanowią ich odbicie.

⁸ Stereotypy są groźne z kilku powodów – ich istnienie wyłącza refleksję i myślenie, gaszą zapał umysłowy pozwalający zrozumieć świat, w którym żyjemy. Stereotypy integrują społeczność i pozwalają jej określić się na tle innych grup.

⁹ M. Sterlingow, M. Wąs, *Aby miasto miało magię, musi mieć mit. A tylko elity potrafią stworzyć mit*, Gazeta Wyborcza z 28.02.2007.

¹⁰ Jakość życia rozumiana jest potocznie jako ogólny dobrobyt ludzi i jakość środowiska, w którym żyją. W literaturze spotykana jest również definicja jakości życia jako możliwości pełnego jednostronnego rozwoju jednostki, możliwość ujawniania rozwijania i wykorzystywania własnego potencjału intelektualnego uczuciowego i twórczego oraz zadowolenie z życia danej jednostki z realizacji samego siebie; odczuwanie szczęścia (dodatni bilans dobrych i złych doznań) lub dobrostan psychiczny. W badaniach jakości życia naukowcy rozróżniają zazwyczaj jakość życia subiektywną i obiektywną i z takiego rozróżnienia wywodzą zestawy wskaźników czy przesłanek badawczych.

Kraków w kreowaniu mitów miejskich

W badaniach przeprowadzonych przez *Pricewaterhouse Coopers* z 2007 roku Kraków pod względem jakości życia w mieście otrzymał 102 punkty przy średniej z badanych miast równej 100.¹¹ To wynik plasujący Kraków na drugim (*ex-aequo* z Poznaniem) miejscu w rankingu, za Warszawą (124 punkty) a przed Katowicami (97 punktów), Wrocławiem (95 punktów), Gdańskiem (91 punktów) oraz Łodzią (89 punktów).¹² Oczywiście ocena jakości życia nie jest jedyną – miasta mają wiele innych obliczy swojego funkcjonowania, również ocenianych w Raporcie. Według wszystkich 25 kryteriów oceny tego badania Kraków zajął trzecie miejsce (109 punktów) za Warszawą (134 punkty) i Poznaniem (117 punktów), wyprzedzając kolejno: Wrocław (100 punktów), Katowice (98 punktów), Gdańsk (95 punktów) i Łódź (48 punktów).¹³ Z naszego punktu widzenia pierwsze kryterium jest istotniejsze, gdyż jak wskazują doświadczenia światowe, to poziom życia w mieście decyduje o jego szansach rozwojowych, a poczucie tego poziomu jest w dużej mierze skutkiem percepcji. Tak czy owak Kraków ustąpił miejsca Warszawie i Poznaniu. Kraków, w przeciwieństwie np. do Katowic,¹⁴ na przywołane badania zareagował bardzo żywo. Pojawił się szereg publikacji prasowych i przeprowadzono publiczne dyskusje.

Na co zwrócono uwagę w opracowaniach adresowanych do czytelników? Po pierwsze na wysoką pozycję miasta w rankingu oraz – co ważne – na nietrwałość takiej sytuacji i możliwość utraty wysokiej pozycji, gdyby nie podejmować stosownych wysiłków. J. Sepioł w *Gazecie Wyborczej* przedstawił Kraków w opozycji do Poznania i Wrocławia (najpoważniejszych konkurentów) wskazując przede wszystkim atuty Krakowa.¹⁵ Taka strategia prezentacji sytuacji Krakowa wzmacnia dążenia do zwiększania przewagi w obszarach zwycięskich (to już mamy i jesteśmy najlepsi) i wskazuje kierunki działań w nielicznych obszarach lekkich zapóźnień (popatrz, tylko trochę wysiłku i będziemy najlepsi). W literaturze psychologicznej powtarza się często, że nic nie jest tak skuteczne jak sukces. Dążenie do sukcesu wykształca, utrzymuje i wspiera motywację. Z punktu widzenia zbiorowości rzeczą zasadniczą dla jej autonomii jest możliwość „zorganizowania” swoich członków. Tylko w ten sposób można skierować ich energię na ogólne cele samej zbiorowości. Organizowanie się zbiorowości dokonuje się poprzez system jej przekonań. Każdy z członków zbiorowo-

ści akceptuje te same przekonania co pozostali, a tym samym tłumi swoją indywidualność. Sytuacja ta oznacza oczywiście, że zbiorowość cechuje się pewną spójnością, ponieważ podobieństwo przekonań wchodzących w jej skład jednostek stwarza poczucie jedności.¹⁶ W debacie telewizyjnej, relacjonowanej w *Gazecie Wyborczej* z 16.03.2007 w artykule pt: „Na Kraków trzeba mieć pomysł” zwrócono szczególną uwagę na to, że nadrabianie zaległości to kwestia nie braku pieniędzy lecz dobrych pomysłów. Przesłanie jest jasne: jeśli chcemy wygrać nie musimy rezygnować z czegoś związanego z nakładami finansowymi, a jedynie uruchomić wyobraźnię, a krakowianie z ich intelektem mają szansę w tym pojedynku miast wygrać. „Mamy najlepszy wizerunek spośród polskich miast, ale go nie wykorzystujemy. Mamy też mało inwestycji i mało pieniędzy. Generalnie, co może nas mocno dotknąć, jesteśmy przeciętni” pisze W. Pelowski w artykule: „Kraków w raporcie”.¹⁷ Odwołanie do dumy mieszkańców, ich lokalnego patriotyzmu, chęć pobudzenia do walki oraz ukazanie możliwości i sugerowanie, że otoczenie uważa ich za przeciętniaków. Artykuł kończy stwierdzenie, będące jednocześnie zachętą do działania: „Wiemy też, że mamy warunki do tego, żeby atrakcyjność przełożyć na komfort i pieniądze”. Tenże autor niecałe dwa tygodnie później informuje: „... żadne inne polskie miasto nie ma takiej szansy, jaką dziś ma Kraków”.¹⁸ Następnie prezentuje rozwiązanie – dekalog działań, które zdaniem mieszkańców, przepytanych na tę okoliczność w ramach akcji „Przystanek Kraków”, należy wykonać. Prezydent Miasta jako przedstawiciel elit (w nawiązaniu do opinii W. Baryły) również odniósł się do wizji prezentowanych w Raporcie oraz w licznych publikacjach, w zasadzie nie negując wniosków, jedynie wskazując nieco inny punkt widzenia na poruszane tematy.¹⁹ Otrzymaliśmy zatem spójny, pozytywny przekaz, sformułowany przez różne ośrodki opiniotwórcze. Ma on wszelkie znamiona prawdy i jako taki powinien służyć do stworzenia odpowiedniego mitu (lub zestawów mitów). Cóż bowiem wynika z tych informacji? Przede wszystkim ugruntowuje się pewną opinię o mieście jako środowisku życia i dostarczycielu powodów do zadowolenia i dumy. Dodatkowo takie zabiegi jak eksponowanie w materiałach publikowanych zestawienia jakości życia (3 miejsce) i kapitału kultury i wizerunku (1 miejsce) wzmacniają i utrwalają dobrą pozycję Krakowa w odbiorze społecznym.

Reakcja na przeprowadzone badanie – przedstawienie do publicznej wiadomości faktów, dyskusja nad konkluzjami i ocena sytuacji Krakowa, osadzona w szerszym kontekście, niżby to wynikało z samych badań – to przykład budowy podstaw nowego mitu. To sposób kreowania określonych poglądów, które utrwalane w mądry sposób mają

¹¹ Mówiąc dokładniej – był oceniany kapitał jakości życia Krakowa, na który składały się oceny w zakresie jakości środowiska, bezpieczeństwa, służby zdrowia i edukacji. Badane były: Warszawa, Kraków, Poznań, Wrocław, Gdańsk, Katowice i Łódź. *Raport na temat wielkich miast Polski – Kraków*, PricewaterhouseCoopers 2007, s.17.

¹² Punktacja pochodzi z *Raportów na temat wielkich miast...* op.cit.

¹³ Tamże

¹⁴ Na temat pozycji Katowic w badaniach w Raporcie ukazało się w *Gazecie Wyborczej* 11 artykułów w prasie, większość z nich wskazywała na konieczność zmiany władz miasta lub sposobu zarządzania. Reakcja prasy na temat pozycji Krakowa w Raporcie to 22 pozycje, z których większość to wnioski na przyszłość, eksponowanie mocnych stron – atutów rozwojowych.

¹⁵ J. Sepioł, *Raport uważnie czytany*, *Gazeta Wyborcza* z 16.03.2007.

¹⁶ T. Plummer, *Psychologia rynków finansowych. U źródeł analizy technicznej*, WIG Press, Warszawa 1995, s.18.

¹⁷ *Gazeta Wyborcza* z 09.03.2007

¹⁸ W. Pelowski, „Wielka szansa dla Krakowa”, *Gazeta Wyborcza* 12.03.2007

¹⁹ J. Majchrowski, „Ten obraz w mojej ocenie nie jest do końca prawdziwy”, *Gazeta Wyborcza* 10.03.2007

dużą szansę przekształcić się w mity miejskie. I oto – tu oczywiście bez wskazywania na związek między opisanymi działaniami a rezultatami kolejnej akcji – w maju 2008 roku Rzeczpospolita przeprowadziła badania (a w zasadzie sondaż) „Gdzie chcą mieszkać Polacy?” „12% wskazało na Kraków. Dawna stolica Polski jawi się jako miejsce z „duszą”, gdzie tempo życia jest nieco mniejsze. Według sondażu, miastem, które daje mieszkańcom największe perspektywy i najbardziej europejskim, jest Warszawa. Jednak, jak twierdzi w „Rzeczpospolita” socjolog Ryszard Cichocki, perspektywy to jedno, a jakość życia drugie. Dlatego stolica Polski znalazła się daleko w tyle za Krakowem.”²⁰ Taka zewnętrzna opinia, która może również być skutkiem podjętych przez krakowian działań, wywołanych przez owe pozytywne mity, wzmacnia poczucie wartości a jednocześnie – jak wynika z obserwacji – gotowość do dodatkowych wyrzeczeń w celu osiągnięcia lepszej pozycji miasta jako środowiska realizowania celów osobistych. Nie wiem czy Kraków kreuje legendy miejskie. Gdyby uznać, że działania wymienionych osób mogły być uzgodnioną, skoordynowaną akcją tworzenia dobrego wizerunku miasta w oczach jego użytkowników, wówczas możemy powiedzieć, że mamy do czynienia z aktywnym kreowaniem opinii, bazującej na faktach oraz odpowiednio dobranych interpretacjach, a zatem z tworzeniem pozytywnych mitów miejskich.

Mity miejskie a zarządzanie logistyką miasta

Wdrażanie projektów logistyki miasta jest przedsięwzięciem niezwykle trudnym, nie tylko z punktu widzenia organizacyjnego czy finansowego, lecz również w perspektywie społecznej akceptacji. Projekty te mają taką właściwość, że zazwyczaj naruszają interesy konkretnej grupy użytkowników miast, odbierając jej dotychczasowe prawa (np. bezpłatnego dostępu do jakiejś części infrastruktury miasta, lub zmuszając do zmiany nawykowych zachowań. W takiej sytuacji korzystnie ukształtowany mit pozwala na łatwiejsze uzyskanie aprobaty zagrożonej grupy (łatwiej poświęcić jakieś dobro własne w celu realizacji innego dobra), bądź wzmacnia szeregi tych użytkowników miasta, którzy w mniemaniu „poszkodowanych” zyskają na projekcie. Tzw. „poszkodowani” w tej sytuacji zamiast, jak dotychczas, pozostawiać biernymi obserwatorami zdarzenia, stają się aktywnymi uczestnikami – na zasadzie przekory – i oponentami wdrażanego rozwiązania. Możliwa jest też inna perspektywa, inne następstwo przyczynowo – skutkowe.

Zarządzanie mitami może też wywołać potrzebę zarządzania procesami logistycznymi, które są elementem składowym procesów leżących u podstaw zarządzanego mitu. Oddziaływanie na mit (a w zasadzie na zmianę obiegowych poglądów) może polegać na operowaniu narzędziami logistycznymi w celu usprawniania przepływów materiało-

wych, osobowych i informacyjnych w miastach. W ten sposób może zostać osiągnięty efekt poprawy odczuwanej jakości życia (bądź zamieszkiwania) w mieście, co z kolei może stanowić element kreowania nowego mitu bądź zmieniania dotychczas istniejącego. Moje liczne rozmowy z mieszkańcami Krakowa (oraz pobliskich miejscowości) w ostatnim czasie wskazują na ich wysoki stopień zadowolenia z rozwiązań publicznej komunikacji zbiorowej – ocenianej jako wysoce funkcjonalna i tania. Większość z moich rozmówców podkreśla fakt rezygnacji z przejazdów samochodami prywatnymi, z powodu ich finansowej i organizacyjnej nieopłacalności. Nie są to badania prowadzone w sposób zorganizowany, więc te opinie należy traktować jako indywidualne opinie. Tę ocenę postanowiłem skonfrontować z dyskusjami internetowymi jako formą dzielenia się opiniami na tematy społeczne. Z większości postów wynika stosunkowo pozytywny obraz odbioru społecznego funkcjonowania komunikacji zbiorowej w Krakowie, szczególnie na tle dyskusji o funkcjonowaniu tejże komunikacji w innych miastach.²¹ Jest to zapewne efekt wytężonej, nowatorskiej pracy, jaką wykonały władze Krakowa m.in. w ramach programu Civitas Caravel. Teraz te sukcesy należy utrzymywać w postaci mitów miejskich, by móc następnie wykorzystywać je do realizacji innych zadań – np. strefowania ruchu czy objęcia Rynku Głównego restrykcjami wjazdowymi dla pewnych kategorii użytkowników miasta.

Nie można także wykluczyć na przyszłość takich okoliczności, w których jednym z powodów usprawniania procesów logistycznych w miastach jest chęć zmian lub utrwalania mitów miejskich. Wszelkie mity o wymowie pesymistycznej, wskazujące na problemy o charakterze logistycznym (np. problemów w realizowaniu potrzeb mobilności) winno się przekształcać przy pomocy odpowiednich działań logistyki miasta. Takim rozpowszechnionym mitem jest brak poszanowania praw osób niepełnosprawnych w Polsce. Mówi się wręcz o wykluczeniu społecznym grupy osób poruszających się na wózkach inwalidzkich.²² Wiele miast rozpoczęło już działania dostosowujące infrastrukturę do potrzeb tej grupy społecznej. Tu działania logistyki miasta pozwalają na kreowanie pozytywnego odbioru miasta. Podejmowanie się takich działań jest koniecznością, ale uwzględniając stosunkowo małą grupę osób niepełnosprawnych oraz duże zapóźnienia infrastrukturalne w naszych miastach władze często ulegają pokusie podejmowania decyzji, mających większe oddziaływanie społeczne (ze względu na grono potencjalnych wyborców). Stąd kolejny problem – dokonywanie wyborów priorytetów działań lo-

²⁰ W sondażu „Rzeczpospolita” pytała ankietowanych, które z polskich miast rokują największe szanse na rozwój. Badano też, jak oceniana jest jakość życia w polskich miastach, np. czystość ulic czy poziom bezpieczeństwa. Do wyboru ankietowani mieli Gdańsk, Poznań, Kraków, Warszawę i Wrocław. 36% badanych nie opowiedziało się za żadnym z wymienionych miast. Badanie przeprowadzono od 9 do 11 maja 2008 roku na 992-osobowej grupie dorosłych Polaków. źródło: GfK Polonia.

²¹ Dyskusje prowadzone w ramach forów internetowych pozwalają na zrozumienie podejścia krakowian do kwestii organizacji przemieszczania się, wskazując na racje stronników transportu zbiorowego i indywidualnego, np. <http://forum.gazeta.pl/forum/72,2.html?f=410&w=89131746&v=2&s=0> (z dnia 07.02.2009); <http://forum.gazeta.pl/forum/72,2.html?f=410&w=87301794&v=2&s=0> (z dnia 07.02.2009);

²² Przykład niepełnosprawnych posłów w Sejmie RP, którzy nie mogą dojechać do mównicy, bądź posła który został zaklinowany pociągu, zakaz wprowadzania psów-przewodników do supermarketów to nieliczne przykłady utrwalające takie mity.

gistyki miasta. Wydaje się, że należy brać pod uwagę nie tylko efekt techniczny czy organizacyjny (np. w postaci zmniejszenia kongestii, zwiększenia czystości transportu itp.), ale również (a może przede wszystkim) wpływ, jaki na kształtowanie się mitów może mieć dane zadanie. Moim zdaniem pozytywny odbiór kolejnych zadań logistyki miasta zwiększa prawdopodobieństwo kredytu pozytywnego nastawienia mieszkańców przy innych zadaniach, których uciążliwość dla nich jest wysoka, a potencjalne efekty oddalone w czasie.

Zarządzanie miastem to działalność zmierzająca do zapewnienia sprawnego funkcjonowania i zrównoważonego rozwoju miasta poprzez oddziaływanie na ludzi w celu skłonienia ich do wykonywania określonych zadań oraz zgodnym z celami wykorzystaniu zasobów miasta. Polega ono również – zdaniem L. Kowalczyka – na wywieraniu wpływu na hierarchię i systemy wartości, interesy, dążenia oraz postawy i organizacyjne zachowania podmiotu samorządu terytorialnego.²³ Zarządzanie logistyką w mieście w pew-

nym zakresie zależne jest od decyzji władz miasta, staje się zatem elementem zarządzania miastem²⁴. Można więc postawić tezę, że zarządzanie mitem, zarządzanie logistyką i zarządzanie miastem są procesami wzajemnie powiązanymi.²⁵ Zatem działania logistyki miasta powinny tworzyć strategię logistyki miasta, wpisaną w ogólną strategię rozwoju i powiązaną ściśle ze strategią informacyjną. Strategia porządkuje wiedzę o mieście, wyznacza długofalowe kierunki jego rozwoju oraz uruchamia partnerskie działania na rzecz rozwoju miasta.

Podsumowując – uważam, że mity miejskie mogą być przydatnym narzędziem współtworzenia (wspierania) projektów logistyki miasta, zarówno jako tworzące odpowiednią akceptację społeczną, jak i kreowane poprzez wdrażane projekty logistyki miasta w celu osłabienia funkcjonujących „antymitów” lub budowy nowych (albo wzmacniania istniejących) mitów. Bowiem – gwoli przypomnienia – *pozytywne mity i lokalne elity są ważniejsze dla rozwoju miast niż pieniądze*.

²³ Podmiotem samorządu terytorialnego w Polsce jest społeczność zamieszkała na danym obszarze zorganizowana w związek samorządowy, który powołany jest przez państwo w celu realizacji jego zadań. Związek mieszkańca z daną jednostką samorządu terytorialnego oparty jest na stałym zamieszkaniu na danym terenie. Definicja zarządzania pochodzi z: *Ekonomika i zarządzanie miastem*, red. R. Broń, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2004, s.169.

²⁴ Ta zależność jest skutkiem przyjętego sposobu zarządzania logistyką miasta oraz usytuowania funkcji zarządczych w strukturze organizacyjnej miasta.

²⁵ Szerzej na ten temat pisałem w: J. Szoltysek, *Wpływ percepcji przestrzeni miejskiej na organizację działań logistyki miasta*, w: *Logistyka międzynarodowa w gospodarce światowej*, pod red. E. Golemskiej i M. Szustera, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2008, s.209–220.